

Матеріали науково-практичного семінару «Особливості розвитку соціального бізнесу в умовах інтеграційних перетворень»

ТНТУ імені Івана Пулюя, (Тернопіль, 17 жовтня 2017 року)

УДК 334.784 (658.5); 336

Химич І.Г., Тимошик Н.С., Винник Т.М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА КОМПАНІЇ – ОСНОВА СОЦІАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Khymych I., Tymoshyk N., Vynnyk T.

A CORPORATE CULTURE OF COMPANY IS A BASIS OF SOCIAL BUSINESS

В сучасному світі, що характеризується нестабільністю та швидкими темпами інноваційного розвитку, створилися всі необхідні умови для формування нового напрямку, так званого, соціального бізнесу. Тобто, такого структурного елементу, який надає змогу більш зорієнтувати діяльність компаній на потреби та вимоги людей.

Дана технологія виникла як звичайний інтерес споживачів до продукції та послуг компаній, що їх надають. А в зв'язку з глобальним розвитком Інтернет-мереж тільки набрала обертів.

На теперішній момент можна дуже швидко взяти багато цікавої та потрібної інформації від клієнтів та споживачів продукції (послуг) тієї чи іншої компанії на основі їхніх відгуків про неї.

Модель впливу соціального бізнесу на діяльність компанії відображено на рис. 1.

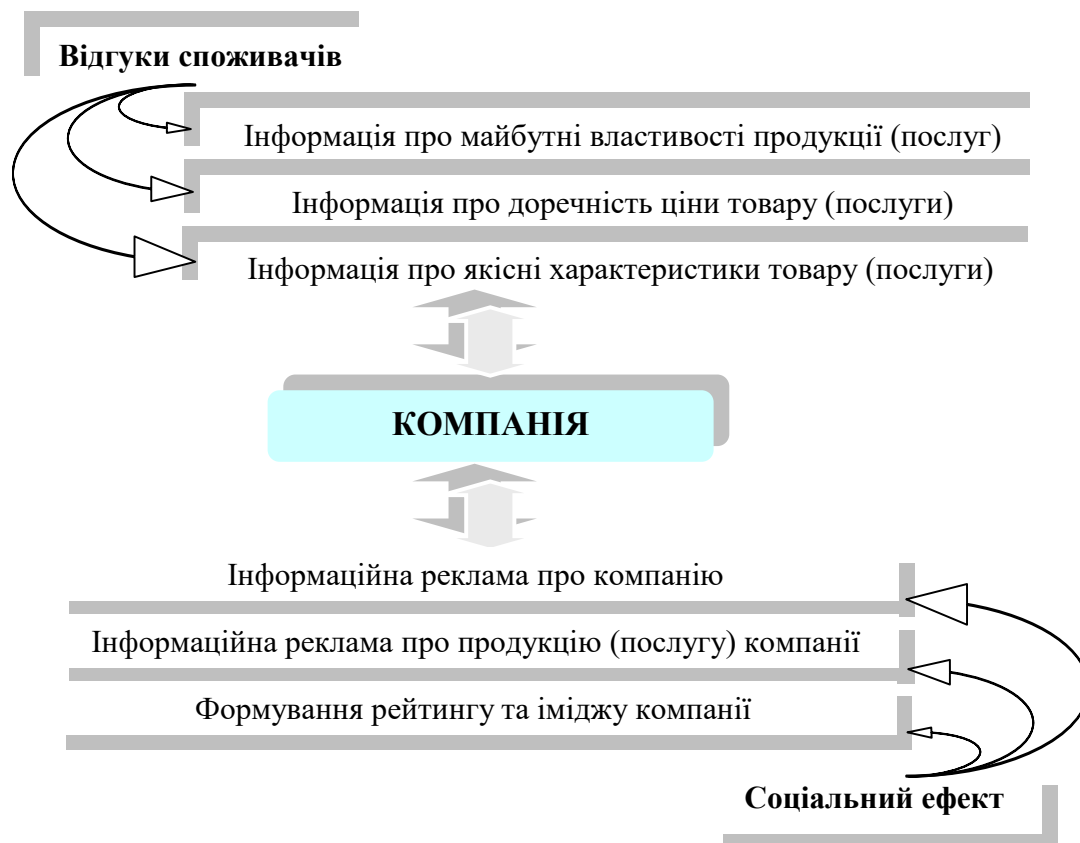


Рисунок 1. Вплив відгуків споживачів продукції (послуг) компанії на формування її соціального ефекту

Примітка: сформовано самостійно

Також, варто врахувати, що при застосуванні механізму соціального бізнесу, прийняття та реалізація кінцевих управлінських рішень компаній повинні залежати, в основному, від думки їхніх клієнтів, покупців, споживачів, тобто простих людей, які користуються їхніми товарами або послугами.

Започаткування та формування соціального бізнесу є вкрай важливим процесом розвитку компаній тому, що завдяки думці незалежних споживачів (звичайних людей) управлінці можуть ліквідувати власні недоліки у виробництві, запропонувати нову та необхідну, на даний час, продукцію (послугу), орієнтовану на певний ринковий сегмент, вдосконалити вже існуючі види товарів та взяти таку необхідну інформацію не вкладаючи надзвичайно багато фінансових ресурсів на її пошуки та дослідження.

Проте, потрібно пам'ятати, що в умовах ринкової конкуренції ефективність діяльності компаній є вирішальною передумовою не тільки ефективного функціонування, але і їхнього саморозвитку.

Відомо, що економічна та соціальна сфери компанії тісно взаємопов'язані між собою. Тому, без збалансованого розвитку самої компанії, неможливе і досягнення її соціальних цілей.

Для підтримки балансу між цими двома сферами доцільно застосувати таке поняття як корпоративну культуру, дотримання принципів якої направлене на отримання позитивних результатів діяльності компанії, очікування в досягненні яких виступає, так би мовити, рушійною силою.

Тобто, саме ці результати є рушійною силою існування корпоративної культури, і всі зусилля планування та реалізації спрямовані на їх досягнення. В цьому випадку персонал компанії можна інтерпретувати як зацікавлену сторону щодо одержання позитивних результатів (рис. 2).

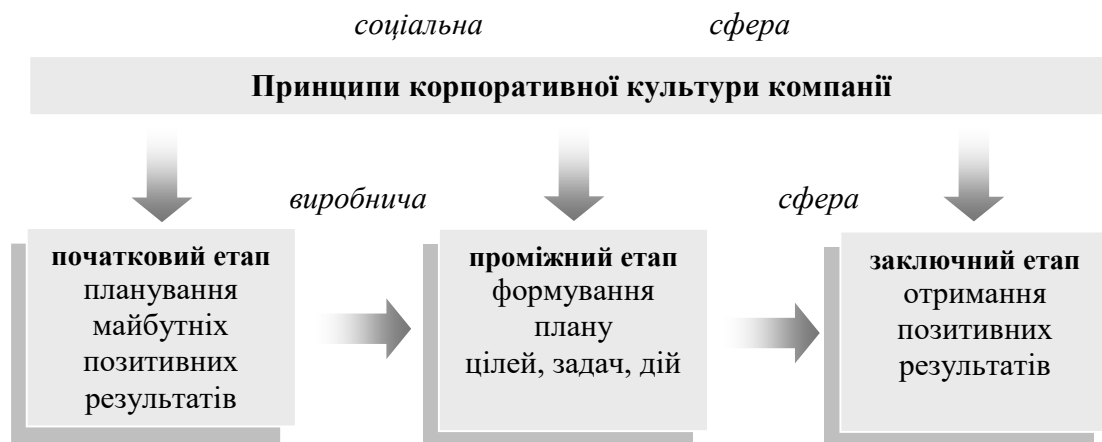


Рисунок 2. Процес отримання позитивного результату компанією на основі дотримання принципів корпоративної культури

Примітка: сформовано самостійно

Представлений процес отримання позитивних результатів діяльності компанії із застосуванням принципів корпоративної культури виступає чіткою послідовністю певних дій, що призводить до зміни усіх її структурних елементів.

Іншими словами, коли компанія виступає як система управління, що складається із певних бізнес-процесів, то в цьому випадку процес виступає як формування певної цінності, яка автоматично трансформується у прибуток.

Отже, для того, щоб компанія отримувала позитивні результати, необхідно підтримувати баланс між її соціальною та виробничою сферами, зокрема, цього можна досягти на основі дотримання основних принципів корпоративної культури.